UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Alat transportasi yang beragam jenis dan fungsinya menjadi pilihan bagi masyarakat. Salah satunya alat transportasi roda dua yaitu sepeda motor. Penggunaan sepeda motor di Indonesia sangat populer karena harganya yang relatif terjangkau dan penggunaan bahan bakarnya serta biaya operasionalnya cukup hemat. Ketertarikan masyarakat terhadap sepeda motor semakin bertambah lagi dengan gencarnya sektor pembiayaan pembelian sepeda motor yang menawarkan fasilitas proses dan persyaratan yang mudah, cepat dan ditambah dengan suku bunga yang rendah baik lembaga pembiayaan bank maupun non bank. Ditambah lagi konsumen di Indonesia saat ini cukup tertarik dengan jenis sepeda Motor *Sport*.

Indonesia sebagai pangsa pasar besar dalam hal pemasaran sepeda motor terdapat kelompok merek sepeda motor yang mendominasi pasar dan saling bersaing didalam pemasarannya, yaitu: Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan Vespa. Masing-masing merek sepeda motor tersebut saling memberikan keunggulan teknologi sendiri-sendiri yang nantinya akan membedakan pasar sasaran yang akan diraih. Para pengusaha dibidang otomotif khususnya sepeda motor baik di kantor pusat maupun pada dealer-dealer, mereka berusaha untuk menarik konsumen dengan menawarkan produk dari perusahaan dengan mengandalkan kelebihan penggunaan teknologi dan modifikasi produk dilakukan untuk menyempurnakan peralatan,

desain produk dan menambah asesori sehingga menambah kenyamanan dan keindahan dari bentuk sepeda motor.

Secara umum perilaku konsumen mengambarkan mengapa seorang konsumen membeli suatu produk dan bagaimana konsumen memilih dan membeli produk. Kondisi tersebut menjadikan perusahaan harus mengetahui atribut-atribut dan unsur-unsur dari aspek produk yang dipertimbangkan dan menjadi pendukung konsumen dalam menentukan pilihannya. Atribut produk merupakan suatu komponen yang mempunyai sifat produk dan menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli atau konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa atribut produk menjadi hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk yang akan dikonsumsi atau dibeli.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2011:272)**, unsur-unsur atribut produk meliputi :

1. Kualitas Produk (*Product Quality*) Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yangbergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhanpelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.
2. Fitur Produk (*Product Features*) Sebuah produk dapat ditawarkan dengan beraneka macam fitur. Perusahaan dapat menciptakan model dengan tingkat yang lebihtinggi dengan menambah beberapa fitur. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Gaya dan Desain Produk (*Product Style and Design*) Menurut Kotler dan Amstrong desain yang baik dimulai dengan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Lebih dari sekedar menciptakan atribut produk dan jasa, desain melibatkan pembentukan pengalaman pemakaian produk bagi pelanggan.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2011:272)** Unsur - unsur atribut produk meliputi Kualitas Produk (*Product Quality*), Fitur Produk (*Product Features*), dan Gaya atau Desain Produk (*Product Style and Design*)**.** Kenyataan tersebut dapat membuktikan bahwa atribut produk merupakan unsur-unsur yang terdapat pada suatu produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa atribut produk merupakan kemampuan suatu produk yang digunakan dalam usaha memberikan jaminan kepuasan konsumen dan menjadi suatu keunggulan yang dimiliki oleh suatu produk.

Konsumen sebagai individu yang membeli suatu produk telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan seperti mendapatkan informasi kemudian membandingkan membandingkan produk satu dengan produk lainnya sampai terjadinya keputusan pembelian. Keputusan pembelian pembelian merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para produsen. Persaingan yang semakin ketat mengharuskan produsen menganalisa perilaku keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk. Sehingga produsen bisa melakukan strategi yang tepat agar konsumen tertarik pada produk yang dihasilkan.

Keadaan dan kondisi tersebut mengakibatkan persaingan pada jenis sepeda motor mengalami peningkatan yang signifikan pada akhir-akhir ini.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Begitu pula untuk produk sepeda motor merek Yamaha di mana dalam mendukung penjualan atau volume penjulan dan untuk memunculkan sikap positif konsumen terhadap produk maka perusahaan menawarkan beberapa keunggulan yaitu meliputi mudah dalam perawatannya dan mengenai *spare part* (onderdilnya) juga mudah didapat dan irit dalam penggunaan bahan bakar.

Yamaha merupakan salah satu produsen otomotif sepeda motor di Indonesia. Dealer resmi Yamaha tersebar diseluruh daerah-daerah di Indonesia, CV. Alfa Scorpii merupakan dealer resmi Yamaha di Taluk Kuantan. Salah satu produk sepeda motor yang ditawarkan adalah Yamaha Vixion.

Yamaha Vixion pertama kali diluncurkan pada tahun 2007, sepeda motor ini merupakan sepeda motor yang bersaing di kelas motor sport 150cc. Sepeda Motor *Sport* adalah sepeda motor yang memiliki kecepatan yang tinggi. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia penjualan sepeda motor nasional di kelas motor sport selama Februari 2015 sebanyak 78.135 unit. Yamaha Vixion menyumbang 34% lebih tepatnya sebanyak 26.545 unit.

Yamaha Vixion dikenal dengan motor sport ijeksi pertama yang dipasarkan di Indonesia. Dengan fitur ijeksi (*Fuel Injection*), mampu membuat konsumsi bahan bakar sepeda motor ini menjadi lebih lebih irit, ditambah lagi dengan sistem pengapian injeksi yang mampu menyesuaikan kebutuhan mesin dengan suplay bahan bakar yang masuk. Yamaha Vixion juga menggunakan

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

desain rangka *delta box*, yang berfungsi agar stabil di tikungan dan nyaman dikendarai jarak jauh.

Yamaha Vixion merupakan salah satu sepeda motor yang menggunakan teknologi *DiASil Cylinder* (*Die Aluminium Silicon*). Teknologi ini memiliki kelebihan awet, hemat pemakaian oli, meredam suara, serta pendinginan yang sempurna.

Dalam persaingannya, kompetitor Yamaha Vixion memiliki kelebihan atribut produknya masing-masing. Dengan kualitas, fitur dan desain yang dimiliki, Yamaha Vixion berusaha mendiferesiasikan produknya dari kompetitor-kompetitor yang ada.

Berikut ini adalah data penjualan sepeda motor Yamaha Vixion di CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan tahun 2012-2016 dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1Data Penjualan Sepeda Motor Yamaha Vixion diCV. Alfa Scorpii Taluk Kuntan Tahun 2012-2016

No	Tahun	Penjualan perunit	Persentase Pertumbuhan
1	2012	105	-
2	2013	175	66,66 %
3	2014	246	40,57 %
4	2015	321	30,48 %
5	2016	398	23,98 %
6	**Total Penjualan**	1245	-

Sumber : CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan Tahun 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah sepeda motor Yamaha Vixion yang terjual pada tahun 2012 sebanyak 105 unit, tahun 2013 sebanyak 175 unit dengan persentase penjualan sebesar 66,66%, tahun 2014 sebanyak 246 unit dengan persentase penjualan sebesar 40,57%, tahun 2015 sebanyak 321 unit dengan persentase penjualan sebesar 30,48%, dan pada tahun 2016 sebanyak 398 unit dengan persentase penjualan sebesar 23,98%. Dapat kita

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

lihat dari data penjualan ini, penjualan sepeda motor yamaha vixion dari tahun ke tahun terus naik dan bertumbuh, namun berbanding terbalik dengan persentase penjualan yang terus menurun.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam penyusunan skripsi ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul : **"PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA VIXION DI CV. ALFA SCORPII TALUK KUANTAN".**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vixion pada CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan ?
2. Apakah Fitur produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vixion pada CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan ?
3. Apakah Desain produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vixion pada CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vixion pada CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vixion pada CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vixion pada CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Penulis

   Penelitian ini menjadi sarana untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti masa perkuliahan pada jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Perusahaan

   Penelitian ini dapat menjadi gambaran mengenai saat konsumen membuat keputusan untuk membeli dan diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai bahan objektif untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang.

3. Bagi Universitas

   Sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya, untuk meneliti masalah yang berkaitan dengan hasil skripsi ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan ini, maka penulis menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini mengemukakan dan menguraikan berbagai teori yang melalui tinjauan kepustakaan yang menjadi landasaran dasar penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini mengemukakan secara singkat tentang sejarah perusahaan, aktivitas dan struktur organisasi perusahaan.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini digambarkan tentang hasil penelitian tentang pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Vixion pada CV. Alfa Scorpii Taluk Kuantan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan penelitian ini yang berisi kesimpulan dan saran.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.